2010.3.30

CSRトピックス ＜2009 No.12＞

CSRトピックスは、CSR（企業の社会的責任）およびこれに関連する「内部統制」「コンプライアンス（法令等遵守）」「リスクマネジメント」「環境」「品質」「CS（顧客満足）」「労働安全衛生」「従業員満足」「人権」「社会貢献」「CSR調達」等の諸テーマについて、国内外の動向や企業の抱える疑問などについて紹介・コメントした情報誌です。

国内トピックス：2010年2月に公開された国内のCSR等に関する主な動向をご紹介、コメントします。

＜ワーク・ライフ・バランス＞

○内閣府が「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）と最近の経済情勢の影響に関する意識調査」について公表

（関連情報：2010年2月6日　日本経済新聞）

内閣府は、ワーク・ライフ・バランスに関する国民の意識及び最近の経済情勢が生活満足度や生活時間の変化に与えた影響を把握することを目的として、全国20歳以上60歳未満の男女2500人（地域別・性年代別人口構成比で割付）を対象に、「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）と最近の経済情勢の影響に関する意識調査」を実施し、2010年2月5日に、調査結果を同府ホームページ上に公表した。

主な調査事項は、ワーク・ライフ・バランスの言葉の認知度、「仕事と生活の調和が実現された社会」に近づくための企業の取組など、7項目。

「仕事と生活の調和が実現された社会」に近づくための企業の取組のうち、「最も重要だと思うものを1つお選び下さい。」との質問に対する回答は、以下の通りである。

- 社長や取締役がリーダーシップを発揮してワーク・ライフ・バランスに取り組む　23.4%
- 無駄な業務・作業をなくす　13.6%
- 管理職の意識改革を行う　12.0%
- 給料を上げる　9.8%
- 育児・介護休業をとりやすくする　9.4%
- 時間短縮勤務ができるようにする　5.3%
- 在宅勤務ができるようにする　4.8%、など

Point!

仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）が実現された社会とは、「国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できる社会」をいいます（内閣府ホームページより）。

ワーク・ライフ・バランスに取り組むメリットは、①多様な従業員の定着（離職率の低下）、②優秀な人材の確保（採用）、③従業員の満足度や仕事への意欲の向上、④コスト削減（残業代など）などを実現し、ひいては企業競争力の強化をもたらす点にあります。

ワーク・ライフ・バランス実現の鍵となるのは、本調査結果も示すとおり、経営層のリーダーシップであるといえます。もちろん、単に社内で「ワーク・ライフ・バランスは重要だ」と表明するだけでは十分とはいえず、育児・介護休業や在宅勤務といった具体的な制度を整備することが不可欠です。

更に、各制度が機能するよう、経営者としてリーダーシップを発揮すると同時に、継続的に企業風土の改善に取り組むことにより、初めて従業員および企業がメリットを享受できるのです。

＜情報開示＞

〇東証から「第 15 回ディスクロージャー表彰」の選定結果が公表される

（関連情報：2010 年 2 月 5 日　電気新聞）

東京証券取引所は、2 月 2 日に「第 15 回ディスクロージャー表彰」の選定結果を発表し、富士電機ホールディングス社をはじめ計 7 社が同賞を受賞した。

ディスクロージャー表彰は、上場会社のディスクロージャーの充実を促進する観点から、決算短信や株主・投資家向け書類、ホームページなどを通じて、自社の情報を投資者に分かりやすく、積極的に開示している上場会社を表彰するもの。

＜表彰を受けた企業の取組（東証ホームページ掲載内容を元に弊社にてまとめたもの）＞

- 株主向け各種報告書を一度にダウンロード可能にする投資家向けツールキットの提供
- 子供向け英語サイトの開設
- 個人投資家向けサイトを開設し、決算説明会の音声配信、株主総会動画で開示するなどステークホルダー全てに対するきめ細やかな情報開示
- 株主へのアンケートの実施、問い合わせ内容の定期的な開示など自社ホームページにおける株主との対話促進

Point!

投資家への適時適切な情報開示への要請が高まっていることを受けて、企業も様々な工夫を凝らしています。今回の表彰企業の取組では、上記の子供向け英語サイトのように、一般的な株主や投資家以外の様々な属性のステークホルダーへの配慮もみられます。

そもそも、企業の情報開示の本旨は、自社のステークホルダーに対して説明責任を果たすことのみならず、積極的なコミュニケーションを行うことにより、経営判断に必要な情報を収得し、ステークホルダーからの正当な評価や信頼を得ることにあります。

開示上の工夫に留まることなく、これらの取組を足がかりとして、株主を含む様々なステークホルダーとのより積極的なコミュニケーションを図っていくことが望まれます。

海外トピックス：2010 年 2 月に公開された海外の CSR 等に関する主な動向をご紹介、コメントします。

〇主要グローバル企業の半数以上が取引先選定に二酸化炭素排出量を考慮

（関連情報：2010 年 1 月 31 日　トムソンロイター配信）

「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト」（以下、「CDP」という）※が 2 月 1 日に発表したサプライチェーンに関する調査によると、質問に回答した主要グローバル企業のうち半数以上が取引先（サプライヤー）選定の基準に二酸化炭素の排出量を考慮していることが分かった。

この調査は、CDP が特にサプライチェーンでの二酸化炭素の排出削減を推進するために設置した下部組織の参加企業 44 社とその取引先を対象に実施したもの。そのメンバーの多くは、グローバルに事業を展開するメーカーが占める。

調査結果によると、回答企業の 67%が二酸化炭素の排出量が一定基準以上の取引先を選定から外す考えがあると回答。中でも、グーグルやデル、ペプシコ等では、実際に基準を超えるサプライヤーとの取引関係の解消をルール化しているという。

※カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト

…投資活動を通じた気候変動の抑止等を目的に、投資先企業の地球温暖化ガスの排出量の調査･集計結果の公表を定期的に実施している。世界約 500 社*の機関投資家や一部事業会社が参加。参加機関の資産総額は 64 兆米ドル（5700 兆円）*に上る。

*数値は 2010 年 3 月時点

Point!

昨今、主要なメーカー等でグリーン調達・CSR 調達の導入が普及し、取引先企業（サプライヤー）の地球温暖化ガスの排出量をはじめとする環境パフォーマンスを把握・考慮するケースが増えてきました。今回の調査結果は、世界の主要企業の中に、サプライヤーの環境パフォーマンスに対してより厳格な評価・対応が起きつつあることを示しています。

取引先における環境パフォーマンスが重視され始めた背景として CDP 報告書は、環境への配慮が消費者による商品選定の重要な基準になりつつあることや、環境リスクが企業におよぼす財務的影響の大きさを懸念する投資家・株主からのプレッシャーがいっそう高まっていることを挙げています。さらにこれに加え、米証券取引委員会が地球温暖化ガス排出に関連するリスクの開示を上場会社に促す動きを強めていることも背景として考えられます。

企業は自社事業の環境パフォーマンスのみならず、サプライチェーンを含めた製品・サービスの供給プロセス全体での環境パフォーマンスの向上に責任を持つべきであり、本調査結果を一部グローバル企業の例外的な取組と捉えるべきではありません。日本国内でも、企業価値を計る上での環境パフォーマンスの比重は確実に大きくなりつつあります。サプライチェーンを含めた自社事業の環境パフォーマンスの把握・改善に努めることが得策です。

○米国証券取引委員会、気候変動リスク情報の開示に関する指針を公表

（関連情報：2010 年 1 月 29 日　http://www.sec.gov/news/press/2010/2010-15.htm
http://www.sec.gov/rules/interp/2010/33-9106.pdf）

2 月 2 日、米国証券取引委員会（Securities and Exchange Commission　以下「SEC」という）は、気候変動が上場企業に与える影響やリスクに関する情報を開示するにあたっての解釈指針（以下「本指針」という）を公表した。本指針は開示を法的に義務付けるものではないが、気候変動リスクが他の事業リスクと同様に投資家に開示されるべき情報であるという認識の下、開示要求の内容の明確化を求めている。

また、本指針では、開示されるべき情報を次の四分野に分けて整理するよう求めている。

①気候変動に関する法規制の成立・改正が自社ビジネスに与える財務的影響

②気候変動に関する国際的協定や条約の締結が自社ビジネスに与える財務的影響

③気候変動に関する規制やビジネストレンドによる間接的影響

④気候変動がもたらす自社ビジネスへの物理的影響

Point!

企業にとって気候変動に関する規制や気候変動がもたらすビジネストレンドの変化によって受ける財務的影響は無視できないものになってきています。投資家からも気候変動リスクに伴う企業の財務的影響に関する確実な情報開示への期待が高まっており、本指針の公表も、このような投資家の期待に応じたものといえます。

日本でも有価証券報告書において気候変動に関する情報の開示義務付けの動きがありますが、企業にあっては、これを待たずして、気候変動リスクが自社事業に与える直接的・間接的影響を適切に把握し、然るべき対策を講じた上で、投資家に説明責任を果たしていくことが求められます。

Q&A：CSR 等に関するさまざまなご質問についての解説を行うコーナーです。

Question

企業の環境への取組みに対して、「グリーンウォッシュ」であるとの批判がなされるケースがあると聞きます。具体的にはどのような批判なのでしょうか？また、企業としては、どのようなことに留意すればよいでしょうか？

Answer

グリーンウォッシュとは、「ホワイトウォッシュ（安価な塗料。転じて『ごまかす』の意味）」に環境の「グリーン」を掛けた造語で、自社の不適切な環境配慮をごまかすために、企業が打つ広告キャンペーンを批判して、1990 年代初めに環境保護活動家が使い始めた言葉です。（出典：日経エコロジー2007 年 11 月『環境取組みを後退させる欺まん的な「グリーンウォッシュ」』）

国際的な環境保護団体であるグリーンピースは、自らが運営するグリーンウォッシュ専門サイト「Stop Greenwash」で、

“Used to describe the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service.”

（企業の環境問題への取組みや製品・サービスの環境への影響について、消費者に間違った理解をさせる行為）

と定義しています。

グリーンウォッシュが厳しく指弾されるようになった背景には、消費者の環境配慮製品へのニーズや環境に配慮した企業活動を評価する機運の高まりに伴い、企業が環境面での先進性や製品・サービスの利点を積極的にアピールする機会が増加している現状があります。

企業の広告や宣伝活動などによって抱いたイメージや評価に対して、消費者が裏切られたと感じたとき、企業は厳しい批判を浴びることになるのです。

グリーンウォッシュには、社外に誇れる環境取組みを実施しているにもかかわらず、企業自身がステークホルダーに正確かつ適切に説明できていない故に非難に晒されてしまう「誤解型」と、そもそも十分な成果や効果がないまま、実を伴わないアピールで非難されてしまう「自業自得型」

に区分されます。特に消費者を欺くために故意に事実と異なるアピールをした場合、社会的な非難は甚大なものになります。

このようなグリーンウォッシュ批判を回避するためには、環境データの正確な把握と開示のみならず、環境戦略・方針が様々なステークホルダーに評価されるか、様々な事業活動がグリーンウォッシュと誤認される恐れはないか、といった点を検討することが肝要です。規格やガイドラインへの合致を裏づけとしたり、専門家による検証を経るなどのチェック機能の整備も重要となります。広告・宣伝をはじめとして、あらゆるステークホルダーとのコミュニケーションの場でグリーンウォッシュを意識して、チェックし、是正する仕組みが求められます。

また、品質保証の観点からも、あらゆる製品・サービスについて、安全性能と同じように環境性能（その表示のあり方も含めて）も品質評価の 1 項目として、広告・宣伝の戦略からパンフレットや取扱説明書などの具体的なツールに至るまで網羅的に評価対象に組み込み、一元的な管理がなされる体制が望まれます。

今後は、企業の CSR 経営に対するステークホルダーの期待が高まる中、CSR 経営全般に対しても、グリーンウォッシュに対するのと同種の厳しい目が向けられると予想されます。企業は「グリーンウォッシュ」だけではなく、「CSR ウォッシュ」という批判にも直面する可能性を今から認識しておくべきです。

ただ、ステークホルダーからの批判に過敏になり、肝心なコミュニケーションが萎縮しては意味がありません。前述の「誤解型」・「自業自得型」を反面教師とし、「有言実行型」に向かわなければなりません。

企業は、上で述べたグリーンウォッシュ批判に対する留意点を踏まえ、自社の CSR 活動全般を見直し、改善するとともに、今一度、CSR グランドデザイン（自社の歴史や文化を踏まえた「目指すべき企業像」や実現に向けたアクションプラン）に立ち返って、「ごまかし」と非難されるような余地を限りなく小さくすることが重要となります。

以　上

本誌は、マスコミ報道など公開されている情報に基づいて作成しております。
また、本誌は、読者の方々に対して企業の CSR 活動等に役立てていただくことを目的としたものであり、事案そのものに対する批評その他を意図しているものではありません。

株式会社インターリスク総研は、三井住友海上グループに属する、リスクマネジメントについての調査研究及びコンサルティングに関する専門会社です。
CSR・内部統制に関しても、以下のようなコンサルティング・セミナー等を実施しております。
これらのコンサルティングに関するお問い合わせ・お申込み等は、下記の弊社お問い合わせ先、または、お近くの三井住友海上営業担当までお気軽にお寄せ下さい。

お問い合せ先
㈱インターリスク総研　コンサルティング第一部（CSR・法務チーム）
TEL.03-5296-8912　　http://www.irric.co.jp/

＜CSRコンサルティングメニュー＞
①経営トップにCSRの本質を理解してほしい。
⇒経営者向けCSR研修
②目指すべきCSR像を定めたい。
⇒グランドデザイン策定コンサルティング
③迅速かつ確実な手順・ペースで活動を進めたい。
⇒CSRマネジメントシステム構築コンサルティング
④まず行動憲章・規範を作りたい。
⇒経営理念、行動憲章・規範、綱領、ガイドブックの策定コンサルティング
⑤ステークホルダーとのコミュニケーションを促進したい。
⇒ステークホルダー・ミーティングの企画・運営支援
⑥全員参加で進めたい。
⇒教育プログラム策定コンサルティング
CSR社内研修用ビデオの製作

＜内部統制コンサルティングメニュー＞
①役員・従業員に周知徹底させたい。
⇒内部統制セミナー
②「リスクの評価と対応」を実践したい。
⇒総合リスクマネジメント・コンサルティング
危機管理体制構築コンサルティング
③「法令遵守」の体制・対策を整備したい。
⇒コンプライアンス体制構築コンサルティング
④自社固有の「統制環境」を整備したい。
⇒企業行動憲章・役職員行動規範策定コンサルティング
CSRコンサルティング
⑤「内部統制に関する基本方針」を具体的に展開したい。
⇒内部統制・CSRグランドデザイン・アクションプラン策定コンサルティング

不許複製／©株式会社インターリスク総研 2010